

製造業(OEM企業)WEB通販EC新規参入セミナー

開催日時

2025年2月17日(月)、18日(火)、19日(水)、20日(木)
13:00~15:00 10:00~12:00 13:00~15:00 10:00~12:00

ログイン開始

開始時間30分前~

開催場所

オンライン開催

お申込み
期日

・銀行振込み……… 開催日6日前まで
・クレジットカード…開催日4日前まで
※祝日や連休により変動する場合がございます。

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

受講料
(1名様)

一般価格 税抜 10,000円(税込11,000円) 会員価格 税抜 8,000円(税込8,800円) /1名様

会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法

【QRコードからのお申込み】 右記QRコードからお申込みください。

【PCからのお申込み】
<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/123879>
船井総研ホームページ (<https://www.funaisoken.co.jp>) の
右上検索窓に「123879」をご入力し検索ください。

船井総研セミナー事務局

E-mail seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

セミナー内容

第1講座

BtoC商材開発からEC年商直販で年商1億円突破を目指す

- ・今からでも始めることができるtoCニーズをつかみ商品開発ができるノウハウとは？
- ・ECビジネスは何から始める？目標にあわせた事業展開のマイルストーン
- ・既存取引先にバッティングせずに進める直販WEB通販ECモデル
- ・まずはAmazon参入そして自社サイトでブランドを立ち上げてまず年商1億円を目指す

第2講座

BtoBやOEM受注だけでない！自社が直販部門をECで立ち上げて起こるメリットとは

- ・直販モデルは企業自らマーケティングができる主体的な営業手法
- ・BtoCを展開することで自社のノウハウが蓄積され取引先に還元できる
- ・粗利率75%を目指す！少人数でも始めることができる事業組織づくり

第3講座

2025年製造業がとるべき直販戦略とは？

- ・2025年以降予測される製造業が直面する製造ラインの末稼働問題とは？
- ・原価/人件費高騰により各お取引先は仕入れを見直すことで製造業も苦戦を強いられる
- ・海外製造/見積負けに打ち勝つには自社でのクオリティアップ/独自の長所づくりを目指す

講師紹介



株式会社船井総合研究所 DX支援本部
マーケティングイノベーション支援部
ECソリューションユニット マネージャー

日坂 大起



株式会社船井総合研究所 DX支援本部
マーケティングイノベーション支援部
ECソリューションユニット ECソリューションチーム
チームリーダー

脇坂 修也

BtoB 製造業向け
ビジネスソリューション vol.1

コスメ 食器 キッチン用品 家具

2025年は新規事業を仕掛けるラストイヤー

まずは年商1億円を目指す！
Web通販ECビジネス
新規参入セミナー

- POINT 01

製造ラインを活用して
自社商品開発をやり切る
- POINT 02

ニッチ分野での
スモールニーズを狙う
- POINT 03

自社ブランド化で
取引先とバッティングを回避する！
- POINT 04

まずはAmazon販売で
スタートする！

主催

 サステナブルグロースカンパニーをもっと。
株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

製造業(OEM企業)WEB通販EC新規参入セミナー
お問い合わせNo. S123879



当社ホームページからお申込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓にお問い合わせ「No.」を入力ください。)

123879

なぜ？いまさらEC??

みなさまの業種分野は、日本国内でも比較的早いタイミングでEC（WEB通販）で展開されており、すでに成功を納めている企業も多数存在しております。今更遅いのではないかと？そういったお声も今回のセミナーを開催させていただくにあたり多数いただいております。

今回の開催のポイントは、みなさまの業種商材をEC展開しましょう！といった単純なご提案ではなく、製造直販モデル（D2C）が一番の肝となっております。これまでの日本国内での業界商流では、製造元から始まるサプライチェーンが存在し顧客はある程度ブランド認知のある商品を手にとることが多かったのですが、2020年以降サプライチェーンは崩壊しつつあり、また顧客はSNSやWEB情報をベースに自分のニーズにあった商材を手にとることが増えてまいりました。これらの要素からみなさまの業種流通が新しい時流に切り替わったと判断し、セミナーを開催させていただくこととなりました。お忙しいところ恐縮ではございますが何卒ご参加いただけますと幸いです。

1 利益を出すならば直販が根本解決

一般的な小売業

これまで 材料 → メーカー → 卸し → 小売 → 販売

製造小売業（D2C）

これから 材料 → **自社で製造～販売機能まで担う**（製造 → 流通 → 小売） → 販売



消費者

これまで発生していた中間マージンが発生することなく製造から販売まで自社でおこなうことで利益率確保が可能。

2 ニッチでも戦える市場を探す

例) ヘアケアxニッチーズ

ヘアケアジャンルであればヘアミルクがニッチニーズ（検索ボリュームが多いが競合商品が少ない）

